

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP TOKOH AFIKA DALAM
IKLAN TVC OREO**

(Studi Deskriptif Mengenai Persepsi Khalayak terhadap Tokoh Afika
Dalam Iklan TVC Oreo Versi Ice Cream Rasa Orange)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

AHMAD SUNU SURASTAPA

07 09 03353 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP TOKOH AFIKA DALAM IKLAN TVC OREO

(Studi Deskriptif Mengenai Persepsi Khalayak terhadap Tokoh Afika Dalam Iklan
TVC Oreo Versi Ice Cream Rasa Orange)


SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

AHMAD SUNU SURASTAPA
No. Mhs : 07 09 03353 / KOM

Disetujui oleh :



DHYAH AYU RETNO WIDYASTUTI, M.Si
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP TOKOH AFIKA
DALAM IKLAN TVC OREO

(Studi Deskriptif Mengenai Persepsi Khalayak terhadap
Tokoh Afika Dalam Iklan TVC Oreo Versi Ice Cream
Rasa Orange)

Penyusun : Ahmad Sunu Surastapa

NIM : 07 09 03353 / Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 9 Oktober 2012

Pukul : 08.00

Tempat : Ruang Pendadaran lantai 1

TIM PENGUJI

F.Anita Herawati, M.Si
Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si
Penguji I

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si
Penguji II



FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Sunu Surastapa
NIM : 07 09 03353
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP TOKOH AFIKA
DALAM IKLAN TVC OREO
(Studi Deskriptif Mengenai Persepsi Khalayak terhadap
Tokoh Afika Dalam Iklan TVC Oreo Versi Ice Cream Rasa
Orange)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini benar-benar saya
kerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme maupun pencurian
hasil karya milik orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material
maupun non material

Bila dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian antara fakta dengan
pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh Tim Fakultas untuk melakukan
verifikasi.

Yogyakarta, 1 Oktober 2012
Saya yang menyatakan :

Ahmad Sunu Surastapa
NIM : 07 09 03353

HALAMAN MOTTO



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri & masa depan ku

4 Oktober 2012

A. Sunu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada **Allah SWT** yang telah memberikan energi, cobaan, kekuatan dan kesabaran yang luar biasa untuk berjuang melangsungkan proses Skripsi ini. Dari mulai pengerjaan proposal yang berjudul “Persepsi Khalayak Terhadap Tokoh Afika Dalam Iklan TVC Oreo” hingga ditulisnya kata pengantar ini, penulis mendapatkan banyak sekali pelajaran-pelajaran hidup yang sangat berharga yang pasti sangat berguna bagi masa depan penulis.

Keberhasilan penulis dalam melaksanakan proses Skripsi ini tentu saja tidak luput dari dukungan dari banyak pihak yang penulis rasa sangat membantu. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang luar biasa kepada :

1. Kedua orang tua ku **Ayah Muhdjani** dan terutama **Ibu Nunuk Asmawati** yang selalu menanyakan “Kapan luluse le ???” kepada penulis beserta dukungan finansialnya. Kedua kakak ku **Ryan Hidayat** dan **Ikhwan Toni**, akhirnya adikmu ini menjadi sarjana dan akan menuju ke jenjang kehidupan yang baru dan semoga lebih baik.
2. Dosen pembimbing **Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si** yang membuat penulis banyak belajar tentang kesabaran. Dosen penguji utama **F.Anita Herawati, M.Si** terimakasih banyak bu Anita atas pelajaran-pelajaran & kebaikan-kebaikan selama mengajar saya kuliah.

Dosen penguji II **Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si** terimakasih pak atas masukan revisinya juga untuk pelajaran-pelajaran tentang dunia periklanan. **Dosen-dosen** lainnya yang bersedia berbagi ilmu kepada penulis.

3. **Karyawan bagian TU dan bagian Ujian, Mbak Atik dkk** yang berperilaku sangat ramah dan informatif kepada penulis. **Bapak-bapak penjaga parkir** yang ga tau siapa saja namanya yang penting kalian sangat ramah.

4. Penulis : Afikaaaaa !!!!! - **Amanina Afiqah Ibrahim** : Apaaa ??? -
Penulis : Terimakasih ya dek, Skripsiku tentang kamu sudah selesai -
Afika : Sama-sama kakakkk !!!! jangan lupa skripsinya dijilat diputer trus dicelupin ya kak.... ☺

5. Narasumber dalam penelitian Skripsi ini : **Anang Hajarul Makhi, Ashar Yatrinto Putro, Kristina Pramu Wijayanti dan Yoanna Fracisca Marita**, terimakasih atas waktu dan kebersediaan kalian untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini

6. Mahasiswa yang Skripsinya penulis jadikan referensi : **Dwika, Selgy, Prechy, Lili, Cemus** dan **mahasiswa lainnya** yang tidak penulis kenal, terimakasih atas sumbangan “text” nya.

7. **Teman-teman seperjuangan dan yang selalu saling support.**
Febriyanti Lesmana, Feby, Titin, Selgy, Wily, Ibam, Anggun, Andri, Adri, Aming, Dony, Madit, Dina, Nindi, Nika, Cici, Yudo, Sulis, Indra, Dwita, Tita, SharaAyu, Wina, Eginak-ginuk, Chana. **Bimbingan**

bu Ayu (Selgy, Valent, Gembel, Siska, Fany, Tyas, Keke, Erlin). **The Big Fam** (Icha, Ste, Ely, Yekti, Siska, Intan, Dwika, Adri, Tony, Aga, dll). **Management Taste Comm** (Ste, Adri, Astrid, Ata, Anin). Anak-anak **Kine Club** dan **Bohlam Adv.** Tim **SASORE FC** (Andri, Barama, Anton, Valent, Selgi, Dika, Wily, Ibam, Aga, Judo, Yudo, Gembel, Sombret, Aming, Yogi, Anto, Sulis, Adi, Indra, Dani, Bastian, Raka, Fendy, Rifki, dll) dan masih banyak lagi yang belum sempat disebutkan karena keterbatasan penulis dalam mengingat nama.

Terimakasih atas kebaikan, kebersamaan dan pertemanan kita.

Penulis sangat sadar banyak sekali kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, oleh karena itu penulis menerima masukan dan kritikan yang sekiranya dapat menjadikan Skripsi ini menjadi lebih baik dan semoga sampai selesainya proses penyusunan, laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, mahasiswa dan siapa saja yang hendak menggunakan laporan Skripsi ini sebagai referensi di masa mendatang.

Yogyakarta, 24 Oktober 2012

Ahmad Sunu Surastapa



ABSTRAKSI

PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP TOKOH AFIKA DALAM IKLAN TVC OREO

(Study Deskriptif Mengenai Persepsi Khalayak terhadap Tokoh Afika Dalam
Iklan TVC Oreo Versi Ice Cream Rasa Orange)

Iklan TVC merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh Oreo untuk mengkomunikasikan produk-produk barunya ke masyarakat luas. Dalam penelitian ini difokuskan pada iklan TVC Oreo ice cream rasa orange, Afika adalah tokoh anak kecil dalam iklan tersebut. Bermula dari iklan itulah muncul fenomena-fenomena yang terjadi di sosial media berkaitan dengan tokoh Afika tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara kepada empat narasumber yang sudah pernah diterpa oleh iklan Oreo dan sudah pernah membahas tentang Afika di sosial media bahwa penelitian ini menggunakan konsep daya tarik *endorser* dan mereka mempersepsikan tokoh Afika ini ke dalam tiga kategori yaitu *similarity*, *familiarity* dan *likability*. Narasumber dapat mempersepsikan tokoh Afika karena mereka mendapatkan stimulus berupa iklan TVC Oreo tersebut dan faktor internal dari narasumber seperti kesamaan atau kemiripan tokoh Afika dengan diri atau lingkungan narasumber, kesukaan pada fisik Afika dan lain-lain. Persepsi terhadap tokoh Afika yang sudah dimiliki oleh narasumber tersebut kemudian dituliskan ke sosial media sehingga begitu gencarnya di sosial media tentang Afika setelah iklan tersebut diluncurkan.

Penelitian tentang iklan TVC yang menggunakan tokoh anak kecil yang berdampak pada persepsi khalayak yang gencar dituliskan di sosial media ini menyimpulkan bahwa penggunaan *endorser* ke dalam sebuah elemen TVC ini sangat penting untuk dipertimbangkan mengenai siapa yang harus menjadi tokoh dalam iklan tersebut sehingga sebaiknya akan berdampak baik jika *endorser* yang digunakan tepat pada apa yang diharapkan oleh pengiklan.

Kata Kunci : Persepsi, Endorser, Iklan TVC

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat penelitian	5
E. Kerangka Teori	6
1. Iklan TV	8
2. Endorser	15
3. Terpaan Media Iklan	18
4. Khalayak	21
5. Persepsi	22
F. Kerangka Konsep	26
G. Metodologi Penelitian	28
1. Metode Penelitian	28

2. Sifat Penelitian	29
3. Metode Pengumpulan Data	30
4. Jenis Data	31
5. Metode Analisis Data	32
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	35
A. Sejarah Kraft	35
B. Sejarah Oreo	36
C. TVC Oreo	39
D. Profile Afika	40
BAB III PEMBAHASAN	42
A. Hasil Temuan Penelitian	42
1. Profile Narasumber	42
2. Deskripsi Hasil Penelitian	45
B. Hasil Analisis Data	58
BAB IV PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Terpaan Media Iklan	46
Tabel 2	Elemen Iklan TV - Audio	47
Tabel 3	Elemen Iklan TV - Talent	49
Tabel 4	Elemen Iklan TV - Setting	51
Tabel 5	Elemen Iklan TV - Pops	52
Tabel 6	Persepsi tentang kemiripan terhadap Afika	53
Tabel 7	Persepsi tentang pengenalan terhadap Afika	54
Tabel 8	Persepsi tentang fisik, perilaku, gambaran dan kemenarikan tentang Afika	55
Tabel 9	Persepsi Terhadap Tokoh Afika	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Afika Kaskus	2
Gambar 2	Afika Twitter	3
Gambar 3	Afika Facebook	4
Gambar 4	Kerangka Pemikiran	26
Gambar 5	Logo Kraft Sebelum 2009	35
Gambar 6	Logo Kraft Setelah 2009	36
Gambar 7	Logo Oreo	39
Gambar 8	TVC Oreo Ice Cream Rasa Orange	39
Gambar 9	Foto Afika	40
Gambar 10	Status Anang	43
Gambar 11	Status Ashar	44
Gambar 12	Status Titin	44
Gambar 13	Status Siska	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Interview Guide
Lampiran 2 Hasil Wawancara

